



TITLE:

野菜の通るみち : ねぎの流通

AUTHOR(S):

竹上, 知秀

CITATION:

竹上, 知秀. 野菜の通るみち : ねぎの流通. 資本と地域 2004, 1: 24-35

ISSUE DATE:

2004-10

URL:

<http://hdl.handle.net/2433/66125>

RIGHT:

<論文Ⅱ>

野菜の通るみち ねぎの流通

竹上 知秀

はじめに

近年、BSE 問題や残留農薬問題のように、食物の流通に関してその安全性が大きくクローズアップされている。そのため私がアルバイトをしているスーパーでも野菜の産地を尋ねられることが多くなった。安全な食材の供給について考えるとき、そもそも野菜はどのようにして流通して私の目の前に並べられているのだろうか、と疑問に思うようになった。

そこで野菜の流通について調べることにし、私は葱に焦点をあててみることにした。数ある野菜の中で葱を選んだのは、まず、葱が私たち日本人にとって最も身近な野菜の1つであると思われるからである。葱という野菜は日本中どこへ行ってもみかけることができる。スーパー、ラーメン屋、焼き鳥屋など至るところで目にする。このような葱そのものの特性に加え、葱には流通上の特徴もみられる。葱は 2001 年春に中国からの輸入に対してセーフガードが発動されたように、輸入物も無視できないほどの量が流通している。そしてここ京都には長い伝統をもつ九条葱という伝統的な特産葱も存在している。このように一口に葱といっても様々な種類の葱があり、バラエティに富んだ流通のかたちがあるのではないかと思います、葱を主題とした。この論文では葱の流通過程の特徴を葱の類型ごとに明らかにするとともに、それぞれの葱の特徴を比較検討することを目的としている。

葱の流通に関しては、管見したところ、近年の輸入葱問題を除いて、その全体像を示す先行研究は存在しない。そこで、まず第1章では葱という植物、野菜がどのようなものであるか確認しておく。そして第2章では卸売市場という従来の野菜流通に組み込まれた枠組みのなかで流通する葱について、京都中央卸売市場での調査をもとにして述べてみたい。第3章では、中国の葱が生産され輸入されてくる過程、輸入の背景の分析と国産葱との比較を行う。次に第4章では京都で生産された葱についてその流通過程と、京都独特のねぎの流通システムについて詳しく述べる。最後に第5章では葱の類型ごとの流通過程を再整理し、野菜一般の流通につながる、葱の流通がもつ可能性について持論を展開したい。

第1章 ねぎ

まず、葱がどのような性質をもっている野菜なのか明らかにしてみたい。葱は私たちにとって、まず第1に植物としての側面と、そして第2に非常に長い間私たち日本人の食卓をいろいろ続けてきた貴重な野菜食材としての側面をもつ。ここでは、この2つの側面から葱という植物を分析してみることにする。

(1) 葱という植物

三省堂の『大辞林』によれば、「ねぎ」とは次のように定義づけられている。

【葱】 ねぎ

ユリ科の多年草。シベリア南西部原産といい、古く中国を経て日本に渡来。葉は中空の円筒形で緑色。基部は白く莖(さや)となって巻き合う。花茎の頂に「ねぎぼうず」といわれる白色小花を多数散状につける。主に関東では軟白化した白色部を、関西では軟白化せず緑色部を食用とする。ナガネギ。ネブカ。ヒトモジ。古名、き。[季] 冬。

【禰宜】 ねぎ

〔動詞「労(ね)ぐ」の連用形から〕

(1) 神社に奉職する神職の総称。古くは神主と祝(はふり)の間に位置したが、現在の職制では宮司・権宮司の下に置かれる。

(2) 伊勢神宮において少宮司の下に置かれている職。

2番目の意味である禰宜の方は私の論文の趣旨から離れるので取り扱わない。ただし、野菜の葱と神社とは全く無関係なわけではない。平安中期の史料『延喜式』(927年)によれば、神社の祭りのお供え物として米や大根と共に葱が納められたという記録がある。また、神社の建物にみられる欄干の先端部分につけられている擬宝珠は葱が花をつけたもの、いわゆる葱坊主をかたどったものといわれている¹。葱の独特の匂いに含まれる成分は犬や猫の苦手なものであり、虫も近づかない。そんなところから葱には魔除けの効果があるとされていたという説もある。

では植物としての葱はどのようなものなのだろうか。原産地に関しては上にもあるようにシベリアという説と中国西北部という説とがある。その歴史は古い。中国では「礼記」などの古い書物に記録されており、2200年前には確実に栽培されていた²。日本に渡来してきたのはいつ頃なのだろうか。後に述べる葱の品種のひとつである九条葱の場合は、711年に当時の中国との

貿易港であった浪速（大阪）から京都に入ってきて栽培され始めたといわれる³。それ以前に浪速の港には入ってきていたということなので、日本人と葱との出会いは7世紀以前に遡ることができる。

葱はある程度まで成長した苗が一定の低温の時期を経ると花が吹き芽がでてくる。生育適温は15℃～20℃であり、その後長い日照時間と高い気温という条件によって抽だいが始まる⁴。冬の間に成長し、春が来ると同時に花を咲かせ、実をつける。抽だいでしまうと葱は硬くなり、食用には不向きになってしまう。そのために葱の食べ頃は本来1，2月であり、冬の寒さの厳しい頃が葱の旬ということになる。このことは『大辞林』で葱は冬の季語であるとしていることからみてとれる。

一般的には上に挙げたような特徴をもつ葱であるが、さらに品種によって様々な差異がみられる。中国の書物『斉民要術』（530年ごろ）によれば、葱の仲間と冬葱と春葱とがあげられており、この頃にはある程度分化していたとみられる⁵。その後さらに華北地方から旧満州地方にかけて栽培された太葱群と、華中、華南に多い葉葱群とに分化していった⁶。太葱群は現在の根深葱のことであり、日本に伝えられた時点ですでに根深葱と葉葱に分かれていたものとみられている。日本では根深葱は関東地方を、葉葱は関西を中心に栽培されるようになった。それは中国北部で栽培されていた太葱の流れをくむ根深葱と、中国南部で栽培されていた葉葱の気候条件によるすみ分けであった。また、土壌面での適性の違いもみられる。根深葱は耕土が深く、排水、保水性に優れた河川の沖積土壌、火山灰土壌などの砂質土壌で栽培されるのに適しており、耕土が浅く粘土質であった関西では葉葱が主に栽培されるようになったのである⁷。気候条件や土壌の性質によって合理的に東西に分かれて栽培された葱だったが、最近はその枠組みもあまりはっきりしたものではなくなった。栽培技術の発展や品種改良により、日本各地で様々な葱が作られている。しかし、かつてはその葱が関東と関西の文化の大きな相違点の1つに数えられていたというのは、葱と日本人の長い付き合いの歴史を思わせるようで興味深い。

（2）葱という野菜

植物としての葱の一般的な性質は前節で述べた通りであるが、人間によって栽培される作物としての葱にはどんな種類のものがあり、いかなる特徴をもっているのだろうか。前節の終わりで述べたように、葱は日

本に伝わる以前に中国で栽培され、2～3種類に分化していた。そして日本での栽培と品種改良によって多くの品種が生まれたが、おおまかな分類としては次のようなものがあげられる。根深葱には千住群、晩葱群などの品種があり、葉葱は九条葱に代表される九条群がある。また葉葱の一種でワケネギなどが属する株葱群もある⁸。一般にお店で私たちが目にするのは千住群を中心とした白葱と九条群を中心とした青葱である。市場の流通量をみてもこの2種類が葱とその仲間のほとんどを占めている。根深葱の代表である千住群と葉葱の代表である九条群の特徴は次のようなものである。

【千住群】分けつ（枝分かれ）が少なく、葉身は太くて固い。葉鞘部は土寄せによる栽培で長い軟白を形成する。昔から関東地方で作られている。冬でもよく成長し、葉は淡い緑色で多少株分かれする千住赤柄、一本葱で葉は濃い緑色をしており、冬にはあまり成長しないが夏でも出荷できる千住黒柄があり、両者の中間的性質をもった千住合柄がある。現在、日本で栽培されている根深葱の多くは千住系の血をひく品種である⁹。

【九条群】葉葱、小葱の代表品種で越冬性は劣るが、低温下でもよく成長し、温暖な地方では冬でも成長を続ける。分けつが多く、葉鞘部は千住群に比べて短く、葉身は細いが葉肉は柔らかいので葉鞘、葉身ともに食用される。先に述べたように栽培の始まりは711（和銅4）年で、伏見稻荷大社の建立と同時に京都に持ち込まれた。九条葱にも黒種と浅黄種の2つの品種がある。黒種は葉の緑色が濃く、葉の分かれ目と根の間の部分が長くて太い。一見根深葱のような外見をもつ。浅黄種は葉の色は薄く、葉の分かれ目と根の間は短く細いが、黒種よりも早く成長する¹⁰。現在、主に九条葱として流通しているのは浅黄種の方で、黒種は一般にはあまり見られない。市場関係者は黒種の強い匂いが消費者に敬遠された結果ではないかとみている¹¹。昔ながらの九条葱として黒種を思い浮かべる人も少ない。

青葱と白葱は外見、性質上の違いの他に栄養成分においても大きな違いが見られる。『五訂 日本食品標準成分表』によれば、主な栄養価は表1のようになっている。

このように栄養価的には青葱のほうが優れており、青葱は野菜の分類でも緑黄色野菜に分類される。単なる葉味というにはもったいない栄養をもっているの

表1 青葱と白葱の栄養成分比較

（可食部100gあたり）

	エネルギー	たんぱく質	鉄分	カルシウム	ビタミンA (カロテン)	ビタミンC	食物繊維
青葱	31kcal	1.5g	0.7mg	54mg	1900mcg	31mcg	2.9g
白葱	28kcal	0.5g	0.2mg	31mg	14mcg	11mcg	2.2g

出所)『五訂日本食品標準成分表』より作成。

ある。

葱は江戸時代には既に大規模な生産が行われていたと考えられる。『成形図説』(1804年)などの史料から特に関東地方で多く良品が生産されていたことがわかる。明治、大正、昭和と消費量の増加に伴い、作付面積、収穫量ともに増加していき、昭和50年代には作付け面積は24,000haに、収穫量は55万tに達している¹²。最近5、6年までの作付面積、収穫量をみてもこの水準で前後していることから、葱の生産はこの30年近くにわたって大きな変化は見られないということになる。戦後の生活様式の激変とともにその消費量が減っていった野菜もいくつかある中で、葱の消費量が伸び続け、高水準の消費量は維持していることは、葱が日本人とその食生活にとって必要不可欠なものであることを示している。

次章以降では今私たちの目の前にある葱がどこからどのようにしてやってきたのか、即ち葱の流通に視点を移して述べていきたい。

第2章 市場を流れるねぎ

この章では卸売市場を通して流通する葱の実態を紹介していく。野菜一般については基本的な集出荷体制は次のようなものである。

生産農家からJAなどの集荷団体へ、そして卸売市場で「せり」にかけられ、「せり」に参加している仲卸業者や小売店に販売される。図1でいえば、左の葱問屋を除いた部分が基本的な流通システムである。全国的な野菜一般で考える場合、このシステムは高度経済成長期以前に確立され、以来野菜流通の基本であった。しかし、社会背景の変化に伴ってそのシステムにも変化がみられるようになったし、特定の地域や野菜によってその流通事情は大きく異なる。全国的な卸売市場の仕組みの変化についてはこの論文では扱わない。この章では、京都という特定の地域で、葱という特定の野菜がどのようにして動き、生産地から小売店、消費者に至るのか、調べてみようと思う。

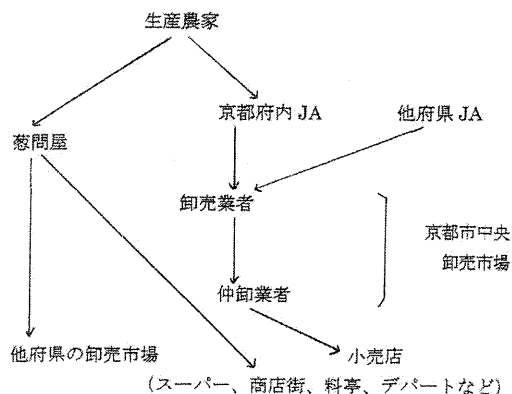
まず、京都での卸売市場を通した流通の仕組みの確認、そして2節では国内の産地で、京都府の外からやってくる葱についての分析を行うことにする。

(1) 葱が店頭に並ぶまで

まず農家が葱を生産する。生産された葱が、消費者が利用できるように小売店に並ぶまでに葱はどのような過程を経るのか。京都の場合の基本的な仕組みは図1のようになる。

京都の葱生産農家が生産した葱は3つのルートを通して出荷される。京都府内のJAに出荷し委託販売する方法、個人で卸売市場に出荷する方法、そして京都

図1 葱の基本的な流れ



独特の存在である葱問屋へ出荷するやり方の3通りである。

他に現在でも京都市北区などで見られる「振り売り」という生産者による直接販売の方法があるが、量的にみて少ないので図1では省略した。また、葱問屋に関しては市場を通した取引ではないので、第3章で詳しくとりあげる。

JAによって集荷された葱は卸売市場に出荷され、卸売業者に販売を委託される。そして個人出荷によって卸売市場、卸売業者に集められた葱と共に「せり」にかけられる。京都の葱の場合は他の卸売市場と違って仲卸業者と共に「せり」、入札に参加する直接売買参加者はいない。したがって、「せり」によって落札された葱は複数の仲卸業者によって日本全国の小売店に出荷される。一旦「せり」で落札された葱は、全て仲卸業者によって日本全国の小売店に出荷されるため、その動きは複雑であり、正確に把握することは難しい。市場関係者自身、調査するのは非常に困難で、正確な統計資料は存在していないと述べている¹³。

このように葱の市場流通に関しては、個人出荷がJAを通した委託集荷によって市場に集められ、卸売業者によって「せり」が行われ価格が決められる。基本的なルートは普通の一般野菜となんら変わらない。

(2) 京都にやってくる葱

まず日本全国における葱の主産地はどこなのだろうか。農林水産省の『全国農産物出荷統計』2001年度版によると、生産、出荷量の上位5県は表2のようになる。

表からは千葉、埼玉を中心に関東地方が日本の葱の大産地であることがわかる。では、京都にある葱はこ

表2 生産、出荷量上位5県

	全国	千葉	埼玉	茨城	北海道	群馬
作付面積(ha)	24,400	2,740	2,520	1,980	1,020	1,190
収穫量(t)	526,900	75,900	58,200	46,800	34,900	26,000
出荷量(t)	406,100	67,300	48,500	38,100	31,100	19,100

出所) 農林水産省『平成13年全国農産物出荷統計』より作成。

表3 京都中央卸売市場の入荷先（青葱：取扱量） 量（単位：kg）

	1997年	1998年	1999年	2000年	2001年
合計	1,883	1,898	1,888	1,976	1,883
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
京都	1,532	1,522	1,490	1,529	1,416
	81.4%	80.2%	78.9%	77.4%	75.2%
滋賀	128	161.6	188	195	190
	6.8%	8.5%	10.0%	9.9%	10.1%
福岡	74.6	82.1	59	79	100
	4.0%	4.3%	3.1%	4.0%	5.3%
広島	0	0	0	45	68
	0%	0%	0%	2%	4%
高知	61.4	31.4	58	49	46
	3.30%	1.70%	3.10%	2.50%	2.40%
中国からの輸入	0	1.7	1.2	0.05	0.4
	0%	0.1%	0.1%	0%	0%

注）上段：取扱量、下段：比率

出所）京都中央卸売第一市場市場報告より作成。

表5 京都中央卸売市場の入荷先（白葱：取扱量） （単位：kg）

	1997年	1998年	1999年	2000年	2001年
合計	2,143	2,195	2,325	2,409	2,067
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
鳥取	665.4	730	689	630	647
	31.0%	33.3%	29.6%	26.2%	31.3%
大分	417.8	396.8	356	325	330
	19.5%	18.1%	15.3%	13.5%	16.0%
北海道	408.5	310	274	271	249
	19.1%	14.1%	11.8%	11.2%	12.0%
静岡	367.6	269	226	258	212
	17.2%	12.3%	9.7%	10.7%	10.3%
中国からの輸入	7.3	279	599	786	472
	0.3%	12.7%	25.8%	32.6%	22.8%

注）上段：取扱量、下段：比率

出所）表3に同じ。

表4 京都中央卸売市場の入荷状況（青葱） 価額（百万円）

	1997年	1998年	1999年	2000年	2001年
合計	1,107	1,171	1,056	855	920
京都	780.7	810	752	555	584
滋賀	95.4	136	127.8	111	124
福岡	95.8	121	75	83	100
広島	0	0	0	28	31
高知	55	38.9	53	40	42
中国からの輸入	0	0.5	0.024	0.0001	0.029

出所）表3に同じ。

表6 京都中央卸売市場の入荷先（白葱） （百万円）

	1997年	1998年	1999年	2000年	2001年
合計	851.3	970	797.5	572.6	639.3
鳥取	300.3	375.8	294	216	254
大分	160.6	163.8	135	83.7	100
北海道	151.6	138.9	93	75.6	80
静岡	149.7	131.4	119	85.4	74
中国からの輸入	0.94	73.9	86.8	80.9	80

出所）表3に同じ。

これらの主産地からのものがやはり多いのだろうか。そこで京都中央卸売市場第一市場の『市場年報』を見てみよう。京都中央卸売市場第一市場は農産物、林産物を扱う市場である。青葱、白葱それぞれの京都中央卸売市場の主な入荷先は次の通りである。

この表からわかるように、京都の主な入荷先については青葱の場合は京都府内が圧倒的な割合を占めている。白葱の場合は鳥取、大分、北海道、静岡と、青葱に比べると産地は日本各地に分散している。そして中国から輸入される白葱が1998年を境に急激に増えている。これらのことから京都にある葱は、市場を通ったものに関しては、葱の全国的な大産地で作られたものではなく、青葱は地元京都で、白葱は鳥取を中心とした日本各地で作られたものであり、近年では中国産も数量ベースで3割から4割を占めているということがわかる。

先にあげた全国的な大産地の葱は、1996年からの5年間の『全国農産物生産出荷統計』によると、当然ながら首都圏へ大部分が出荷されている。京阪神地方への大規模な出荷を行っているのは関東以北では北海道だけである。しかし、その割合も7%弱に過ぎず、全国的に見れば京阪神地方の卸売市場に入ってくるのは

9割以上が静岡以西の生産地からである、鳥取、兵庫、静岡、高知、大分などが主な産地である。京都中央卸売市場、大阪中央卸売市場それぞれの『市場年報』からも鳥取、大分、静岡、北海道などは白葱の主産地であり、香川、高知などが青葱の主産地であるということがわかる。京都、大阪どちらの市場にも共通して言えるのは、青葱の場合は地元産が最も多く流通しているということである。これは青葱と白葱の日持ちの長さに関係している。青葱は収穫してから3日くらいしかもたないのに対して、白葱は約2週間ももつため、遠隔地の産地での大規模生産は白葱の方が適している。そのため青葱の場合、主産地は地元産もしくは近県にしばられてしまうのである。後で述べるように、このことが輸入葱のインパクトを考える場合、重要な意味をもっている。

先に「せり」によって落札された葱がその後どこへ流通していくかは正確には把握しきれないと述べたが、京都市が毎年作成している供給圏調査報告書から野菜一般ではあるが、その出荷先は知ることができる。

野菜一般では表7のような割合で各地域に出荷されていく。葱も野菜全般に近い傾向をもつなら、およそ6割は京都市内へ出荷され、私たちの目につくところま

表 7 地域別供給状況 (%)

	1997年	1998年	1999年	2000年	2001年
合計	100	100	100	100	100
京都市	61.1	66.1	61.1	59.9	59.8
京都府下	13.8	15.9	14.7	18.0	15.5
滋賀県	8.6	8.6	9.2	7.2	8.8
大阪府	4.2	5.2	7.1	7.2	7.6
奈良県	0.0	0.0	0.1	0.1	0.4
兵庫県	6.4	0.1	3.0	0.7	1.2
その他	5.9	4.1	4.8	6.9	6.7

注) 取扱量をもとに計算。
出所) 京都市平成 13 年供給圏調査報告書より作成。

表 8 業種別供給状況 (%)

	1997年	1998年	1999年	2000年	2001年
合計	100	100	100	100	100
小売店	30.7	27.2	24.3	24.3	22.7
量販店	35.6	32.5	32.4	23.2	27.6
加工	11.7	14.4	11.4	18.3	12.9
飲食	3.1	3.6	2.4	2.3	2.1
大口	1.3	9.1	1.6	5.2	4.8
卸売	17.6	13.3	27.6	26.6	29.8

出所) 表 7 に同じ。

表 9 京都市内業種別供給状況 (%)

	1999年	2000年	2001年
京都市計	100.0	100.0	100.0
小売店	29.0	27.9	28.6
量販店	32.1	20.4	24.2
加工	11.6	16.2	14.4
飲食	3.1	2.3	2.8
大口	2.3	6.8	7.4
卸売	21.8	26.4	22.9

出所) 表 7 に同じ。

でやってきていることになる。次に業種別にその出荷先を調べてみると、表 8 のようになる。

小売店へのお荷が年々減少しており、原因としては大規模小売店の進出による小売店自体の減少が考えられる。葱がこの出荷傾向に沿っているとしたら、量販店の 1999 年から 2000 年にかけての急激な減少は輸入葱の増加した時期と重なっており、そちらに取引をシフトしたのではないかと考えられる。後で述べるが、輸入葱はほとんど卸売市場を通らない。他市場の卸売業者へのお荷が増えているのも気になるところである。京都中央卸売市場に出荷された野菜が市内のどんな業者にどれだけ出荷されているのかを示したのが表 9 である。

京都市内では量販店へのお荷の減少により、小売店が最も多い出荷先になっている。2001 年時点では京都中央卸売市場が扱った野菜のうち、17.1%が京都市内の小売店、14.5%が市内の量販店に出荷されていることがわかる。しかし、これらの出荷先の傾向は野菜一般のものであるから、あくまで参考までに留めておきたい。

では次に近年京都市中央卸売市場でもその存在が大きくなっている輸入葱の流通についてみることにする。

第 3 章 海をわたるねぎ

2001 年の春、その存在がセーフガードの発動などによってにわかにはクローズアップされた輸入葱だが、近年の輸入量の伸びには驚かされる。この章では、輸入葱が日本で流通している葱の中でどれだけの比重を占めているのか、どこからどのような仕組みで輸入され

てきているのか、そして輸入葱が急増するに至った背景にはどのような状況があったのかを述べてみたい。

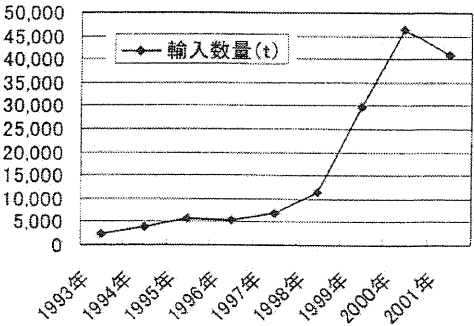
(1) 輸入量の推移

農林水産省の『植物検疫統計』によれば、ねぎの輸入量の推移は図 2 のようになっている¹⁴⁾。

グラフからもわかる通り、1997 年からの 5 年間で輸入量は 7,020t から 40,936t にまで増えており、2000 年には 46,374t もの輸入がなされている。

2001 年に減少するまでの 2 年間は毎年約 2.5 倍の勢いで増えていっている。また、輸入先をみると中国、韓国などがあげられるが、それぞれの比率を計算すると中国の割合が非常に大きい。輸入量が急激に増え始めた 1997 年からの輸入葱全体に占める中国産の葱の割合は 96%、97%、99%、99%、99%となっており、ほとんど全てが中国産の葱ということになる。2001 年度に輸入量に若干の減少がみられるのはその年の 4 月から約半年にわたって発動された中国産の葱

図2 輸入数量の推移



農林水産省「植物検疫統計」より作成

表10 国産葱と輸入葱の流通量

	1997年	1998年	1999年	2000年	2001年
(A) 国産葱出荷量 (t)	420,200	391,800	410,800	415,900	406,100
(B) 輸入量 (t)	7,020	11,510	29,732	46,374	40,936
B/A+B (%)	1.6	2.9	6.7	10.0	9.2

出所) 農林水産省『野菜生産出荷統計』『植物検疫統計』より作成。

に対するセーフガードの結果かと思われる。

次に最近5年間の国内出荷量と輸入量を比べると表10のようになり、国内で流通する葱について、輸入葱の比重は年々大きくなってきている。

全体的な総量の動きとしては以上のような動きを示した輸入葱であるが、では具体的に中国のどこからどのような過程を経て日本にはいつてきているのだろうか。そして、日本にやってきた後、どのようにして私たちの食卓にやってくるのだろうか。次節では輸入葱の生産から流通までをみてみることにする。

(2) 葱が日本にやってくるまで

前節で述べた通り、日本に入ってくる葱のほとんどは中国産である。では中国の生産地はどのあたりになるのだろうか。中国は葱の原産国ということもあって、中国人は葱を昔から食べていた。1997年の作付面積は中国全体で41,0500haもあり、広い範囲で栽培されている。省別にみると、山東省が104,900haで最も大きく、河北省、河南省、遼寧省と続いていく。日本全体での作付面積が2001年度で24,400haであるから、山東省だけでも日本の4倍の広さの葱畑があるということになる。『平成11年度海外野菜産地動向調査報告書』によれば、山東省の1農家当たりの平均農地面積は47aで、そのうち葱は7～20a作付けられている。日本向けの輸出は山東省の安丘市や萊陽市などの野菜加工企業を中心になって種子の提供、生産技術の指導、輸出用製品の加工など、日本へ輸出するための葱生産の体制がとられている。栽培される葱の多くは11月から翌年の3月にかけて収穫される¹⁵。確かに日本への中国産の葱の月別輸入量をみてみると、2001年度の場合、1,2月と11,12月が他の月に比べて明らかに多

い。山東省野菜加工企業における葱の輸出までの流れは図3のようになる。輸出向けの葱の集出荷は野菜加工企業を中心にして行われている。農家での選別を経て集荷された葱は野菜加工企業によって加工、包装がなされる。その際、日本の出荷規格に合うように厳しい検査、調整が行われる。厳しい検査の結果製品歩留まりは輸出の場合3割ほどで、残りは国内向けに回されたり、廃棄されたりする。

集荷してから船積みするまでに3日を要し、港から東京に着くまでに実質輸送時間は30時間であるが、諸手続きを含めて3日を要し、東京に到着の翌日または2日後に店頭に出る。したがって中国で収穫されて日本で店頭に出るまでに7～8日かかることになる。この輸送に関する費用としては安丘から輸出港である青島までの輸送費が1.3円/kg、青島から東京までの船便の輸送費が7～10円/kgとされる。山東省の生産農家と千葉県の実業家の10a当たりの生産コストを比べてみると、前者は後者の4分の1以下であることから考えると輸送費の分をさしひいても中国産は大きな価格競争力を持っている。

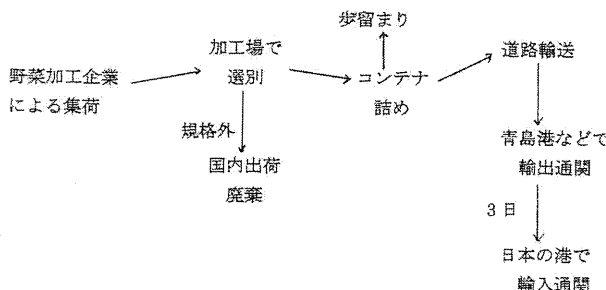
また、このような中国の企業が輸入の中心を担う形の他にも、日本の大手スーパーなど力のある小売店や外食産業が直接産地と交渉、指導を行って輸入する場合や、商社を通して輸入野菜を利用する場合もある¹⁶。日本企業や商社が新たに輸入経路を作り上げることを開発輸入というが、具体的な開発輸入の形としては次の4種類があげられる。

第1は国内不作による緊急輸入型である。この方法は国内生産が異常気象などのために不作だった場合に行われる。例としては、平成10年11月27日から11月29日の間、大手スーパーのジャスコは中国産のキャベツ120トン緊急輸入した。キャベツ以外にも生鮮ニンジン、にんにく、ハクサイなどがある。

白葱も輸入急増のきっかけになったのは1998年の国産葱の不作であるからこの形態に属する。1998年の緊急輸入によって、中国産の白葱の品質が見直され、企業が積極的に輸入体制の確立に動いた結果がその後の輸入増につながっている。

第2は海外産地との契約栽培型である。この形は量販店、外食産業などによる業務用野菜の定時定量定価格での調達を目指したものであり、円高、日本国内の農業労働力の不足・高齢化などの要因と関係している。この形態で中国から生鮮野菜を輸入する場合は、日本の商社、卸売業者などが中国の対外貿易会社と野菜加

図3 山東省野菜加工会社における葱の輸出までの手順



日本施設園芸協会

『激増する輸入野菜と産地再編強化戦略』、2000年、81ページ

工企業を通じて行うのが一般的である。先にあげた中国産の野菜の輸出ルートはこの場合のものと思われる。この形態で輸入される野菜はオクラ、ゴボウ、ホウレンソウなどがある。

第3は海外で現地法人の設立による対外直接投資型である。この形態は円高や日中間の労賃格差を利用したものである。中国での日系企業の進出は、90年代初年には中国の野菜加工工場との合併のケースが多かった。この輸入形態は1次、2次加工品の輸入を意図するものが多く、原材料確保の意味合いが強い。

第4はライセンスの供与と新製品開発による技術移転型である。この形態は、開発輸入の参入競争が激化する中で、企業の持つ経営資源と現地の生産資源、経営資源とを融合させようとするものである。この形の輸入には現地企業の労働力の熟練度と高い生産レベルが前提条件となるため、日本人スタッフの指導と現地での技術開発が密接に係っている¹⁷。

日本の企業、商社による開発輸入はこれらの形態の組み合わせによって行われていると考えられる。白葱の場合もきっかけは第1のケースだが、その後は第2、第4の形もみられるようになっていく。葱の場合ではないが、中国での野菜生産、日本への輸入に関して日本企業が1990年代に行った進出について一部をあげたのが表11である。

これらの企業の中には中国の対外貿易会社に属する冷蔵・冷凍工場との合併を経て進出した企業が多い。

(3) 葱が日本にやってきてから

前節で述べたような過程を経て日本にやってくる中国産の葱だが、日本の港についてからはどのような流通経路をたどるのだろうか。日本に輸入されてからは国産品と同様、卸売市場を通して流通するか、直接取引先に届けられるかどちらかになる。全国の卸売市場で輸入野菜がどれだけ扱われて、そのうち葱はどれだけあるのか示したのが表12である。

表10より2000年度の葱の総輸入量は46,374tであったことから、そのうちの21,000t、約45%が卸売市場を通じて流通していることになる。卸売市場を通らない部分は、商社が買い付けたものを小売店が購入するものや、大型小売店が中国から開発輸入を行ったものがあると考えられる。その場合は取引先、取引価格などは全て決まっているため、卸売市場を通す必要はないのである。この場合の取引価格などは掴めないののでここでは卸売市場を通るものに関して国産の葱と中国産の葱の価格を比較してみたい。第2章で述べたように青葱は日持ちがしないので最低でも1週間はかかる中国からの輸入には適さない。そのため、輸入されてくるのはほとんどが白葱である。京都市場、大阪市場において取り扱われる青葱の量は白葱のそれに比べると極端に少ない。そこでここでは、京都中央卸売市場で取り扱われる国産の白葱と青葱、それに輸入葱のkgあたりの単価を比較してみようと思う。

価格変動の傾向は似ているが国産の白葱と輸入葱に

表11 山東省に進出した日本企業と投資概要

業種	日本の企業名	進出年	投資内容
加工企業	三菱商事	1992年	冷凍野菜の製造販売
	丸紅	1994年	有機野菜の輸入
	日本生活協同組合連合会	不詳	冷凍野菜の加工輸入
	日商岩井	1997年	有機野菜栽培、冷凍野菜
	日清食品	1997年	乾燥野菜
物流	鴻池運輸	1995年	日本向けの冷凍食品の取り扱い
	加ト吉と日商岩井など	1995年	冷蔵・冷凍倉庫、貨物の輸送、通関など
	レンゴー	不詳	包装製品
	山九	1994年	冷機会社

出所) 筆者作成。

表12 卸売市場で扱われる輸入野菜と葱の量 (千t)

	1998年	1999年	2000年
輸入野菜計	368	415	446
葱	4	11	21

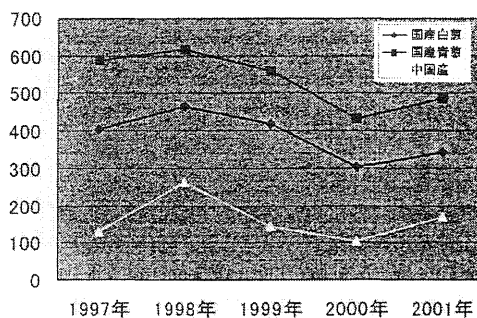
出所) 農林水産省『青果物卸売市場調査報告』平成12年版より作成。

表13 国産葱、輸入葱の単価比較 (円/kg)

	1997年	1998年	1999年	2000年	2001年
国産白葱	403.6	465.9	417.6	302.4	341.9
国産青葱	587.9	616.8	559.2	432.6	488.3
中国産	129.6	264.6	145.0	102.9	170.7

出所) 表12に同じ。

図4 国産葱、輸入葱の単価比較(円/kg)



京都中央卸売市場市場年報より作成

は卸売価格にして kg あたり 170 円から 270 円の価格差がある。平成 10 年の国内価格の高騰によって本格的な輸入の動きが始まったこと、その後の輸入量の増大によって卸売価格は下落し、輸入量が最大になった平成 12 年には卸売価格は最低を記録したことなどがみてとれる。そして、国産の青葱は白葱に比べて 150 円前後高いことから白葱ほど輸入葱との低価格競争の影響を受けていないといえる。

それにしても、中国産の葱の価格競争力にはすごいものがある。このような価格競争力に加えて、膨大な労働力を背景にした生産能力もあり、国産の葱にとっては非常に手ごわい競争相手といえる。

葱の輸入量の急激な増加の担い手は、先にあげたように中国企業だったり、スーパーだったり、商社だったりするのだが、その背景にはスーパーや外食産業の需要の性格上、卸売市場だけでは十分な商品確保が難しいことがある。輸入野菜の利用には為替レートの変動による差損、運搬や検疫などによる品質の劣化や発注量がどうしても過大になりやすいことなどのデメリットがある。最近見つかった中国からの輸入野菜に含まれていた残留農薬の問題もあり、消費者の安全、安全志向に中国からの輸入野菜は必ずしも合致しているとはいえない。しかしそれでもスーパーや外食産業が輸入野菜を利用するのは、「量と価格の確定性」のためである¹⁸。

このような大手スーパーや外食産業の輸入野菜へのシフトは現行の卸売市場システムが新たな市場参加者の要求に十分に答えられなくなっていることを示しているのではないのか。

第 4 章 京都生まれのねぎ

この章では京都府内に範囲を限定して生産状況、流通システムの特徴についてみてみることにする。まず、京都の葱生産について、近年京都府が取り組んでいる

九条葱のブランド認定事業について述べる。そして京都独自の葱流通システムである葱問屋の存在について分析してみたい。

（1）京都の葱生産

先にあげた『全国農産物生産出荷統計』2001 年度版によれば京都の葱全体の生産状況は作付面積 241ha、収穫量 6,530t、出荷量が 5,240t となっている。全国的な産地と比較してみると表 14 のようになり、全国的にみれば、そう大きな産地ではないことがわかる。先にあげた市場年報によれば、2001 年度は京都市場の場合、京都からは青葱のみの出荷であり、大阪市場の場合も京都からの青葱の出荷量は本場市場、東部市場合わせて約 3t、白葱の出荷量は両市場合わせても約 10t ほどである。出荷するには有利なはずの近郊の大都市への出荷量から推測すると、京都の葱生産は青葱がほとんどであると思われる。

青葱の場合は白葱と違って日持ちがしないため、ブランド品以外の青葱を大阪以外の大消費地に運送コストをかけて出荷するとは余り考えられない。したがって京都産の青葱は、市場出荷されて「せり」にかけられるものは京都中央卸売市場に出荷されるものがそのほとんどであるといえる。京都市内には中央卸売市場の他に地方卸売市場と呼ばれる小市場がいくつかあるが、具体的な取扱数量がつかめないのここではとりあげない。また宇治市場については、京都中央卸売市場と同じ割合で京都産の青葱を扱っているとする、宇治市場の 2001 年度の葱取扱の総量は 1,890t であるから、そのうちの京都産青葱の取扱量は 677t となる¹⁹。

したがって京都府産の青葱のうち卸売市場を通して流通するものは 2001 年度は京都中央卸売市場と宇治市場の合計は、推計 2,093t となる。同様の計算方法で最近 5 年間の値を計算し京都府全体での出荷量と比較すると、表 15 のようになる。

下の表をみると毎年約 3,000t、率にすると 60%近くが市場を通ることなく流通していると推測される。こ

表 14 主産県と京都府の作付面積、収穫量、出荷量の比較

	作付面積 (ha)	収穫量 (t)	出荷量 (t)
京 都	241	6,530	5,240
千 葉	2,740	75,900	67,300
埼 玉	2,520	58,200	48,500
茨 城	1,980	46,800	38,100

出所) 表 2 に同じ。

表 15 京都府中央卸売市場で取り扱われる京都府産青葱の割合

	1997年	1998年	1999年	2000年	2001年
(A) 京都府産全体の出荷量 (t)	5,280	4,730	5,150	5,350	5,240
(B) * (t)	2,140	2,093	2,056	2,172	2,093
A-B (t)	3,140	2,637	3,094	3,178	3,147
A-B/A (%)	60	56	60	59	60

注) 京都中央卸売市場と宇治卸売市場への出荷量の合計。

出所) 平成 13 年京都府卸売市場調査より作成。

れらは市場外流通と呼ばれる部分であり、京都の場合そこで大きな役割を果たしているのが3節で詳しく述べる葱問屋なのである。

(2) 付加価値を与えられたねぎ

葱をめぐる動きとして、葱にブランドイメージを付加して他の葱との差別化を図ろうとする動きがある。一般に野菜に付加価値を与える戦略は、近年の輸入野菜の増加に対して農林水産省も産地強化策の一環として掲げているものであり、産地間競争の激しくなっている今日においては生き残るための有効な戦略であるといえる。現行の卸売市場システムの中で優位にたつための戦略であるブランド戦略であるが葱の場合はどうなのだろうか。ここでは京都府がすすめる京野菜ブランド認定事業、なかでも九条葱の流通について述べる。

(i) 京都府のブランド認定事業

1985年頃から首都圏を中心として京野菜ブームが起こった。それをきっかけとして京都府は京野菜のブランド化を検討するようになり、1988年9月に「京都府内産農林水産物のブランド確立に関する基本指針」をとりまとめた。そして1999年度当初予算の編成の中で、基本指針に基づき、ブランド化推進事業を開始することが方針化された。当時、国内農業の課題として米の過剰があった。京都も例外ではなく気候条件、地形条件などの理由から米から野菜への転作がはかられた。しかし、米から野菜の転作は全国共通の動きであり、輸送手段の改善によって遠隔地の産地との競争も激しさを増していた。その中で野菜栽培が米に替わる収益を生み出すための方策としてブランド化が挙げられたのである²⁰。

京野菜は第1章でふれたように非常に長い歴史、伝統をもち、種類も豊富である。伝統に裏付けられたブランドイメージに加え、歴史的に常に大消費地に近いという条件から生じた有利性が京都にはあった。コスト面や消費情報面での優位性に加え、鮮度の落ちやすい葉物中心の京都の野菜生産の特徴が生んだ多品種少量生産体制が挙げられる。高度成長期における大量生産大量出荷には効率面で劣るが、ブランド化という面では京野菜は非常に高い潜在能力を秘めていたといえる。

この事業は、京都府と、京都府からの補助金などで経営されている社団法人である「京のふるさと産品価格流通安定協会」、さらにJ A、経済連が提携して行われる。府と協会が産地指定を行い、協会がJ Aと、ま

た指定された地域の農家がJ Aと契約することで生産された野菜はJ Aを通して市場に出荷される。指定された産地はブランド産品 21 品目全体で7 J A、105産地にのぼり、その中で九条葱は京都やましる(都々城)、京都中央(淀、久世)、京都(八木町)、京都丹後(久美浜町)の4 J A、5産地が指定されている²¹。

京都府の産地指定は、府や協会が指定する規格の九条葱を予想される需要量だけ生産できる体制が整っているかどうかを確かめたいうで行われる。指定された産地については3年ごとに更新手続きが行われる。その産地についてはJ Aと府の機関である普及センターによって品質の管理が行われており、よい品質の九条葱を生産するための取り組みがなされている。

(ii) 流通状況

ブランド指定された九条葱は卸売市場としては京都中央卸売市場と首都圏の卸売市場に出荷されており、それぞれの出荷量、出荷額は図5のようになる。

表16・17からもわかる通り、京都中央卸売市場向けも首都圏向けもここ5年は順調に増加傾向で推移している。九条葱がブランド指定を受けた1990年からの推移をみても、京都向けの出荷は一時減少したが、1997年度からは減少以前の出荷量を回復しており、首都圏向けの出荷は着実に増加してきている。

ただし、ここで示した首都圏への出荷実績は全農を通して卸売市場へ出荷されたもののみの統計であるため、京都中央卸売市場で卸売業者から買い入れた仲卸業者が首都圏に出荷している部分などは把握しきれていない。したがって、ここに示す出荷実績は首都圏で流通するブランド認定された九条葱のほんの一部分に過ぎない。

ブランド戦略の持つ意味とは、確かな品質を確保することで、ロイヤリティの高い顧客を引きつけ、安定した需要を確保することにある。その結果、低価格競争に巻き込まれることなく高価格を維持することが可能になり、それが高い収益を生んでいく²²。つまりブランドの価値とはその商品に対して消費者が抱く信頼感である、ということができる。九条葱のブランド品の場合はどうだろうか。

京都向けにしても、首都圏向けにしても不況下でも出荷量が伸びていることから安定した需要があるということは推測できる。京都の場合であれば、私の経験からすると、ブランド認証された九条葱というのはあまり目にすることがない。協会の方の話では少し大手の格調高いスーパーや、有名な商店街、百貨店などが

表16 京都中央卸売市場向け出荷

	1997年	1998年	1999年	2000年	2001年
数量 (kg)	42,448	53,387	74,487	81,798	86,450
金額 (千円)	33,334	46,048	63,159	55,362	69,363
単価 (円/kg)	785.3	862.5	847.9	676.8	802.4

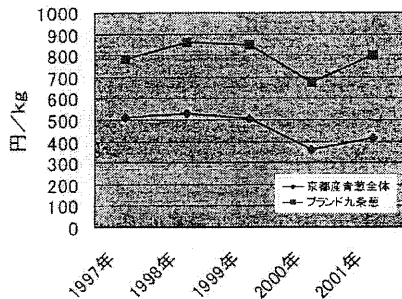
出所) 京都府資料より作成。

表17 首都圏の卸売市場向け出荷

	1997年	1998年	1999年	2000年	2001年
数量 (kg)	5,742	8,772	16,306	17,999	24,146
金額 (千円)	4,778	5,478	9,315	11,175	15,139
単価 (円/kg)	832.1	624.5	571.3	620.9	627.0

出所) 表16に同じ。

図7 京都産青葱とブランド九条葱の単価比較



京都府農林水産部資料、京都中央卸売市場市場年報より作成

主な小売店であるという。安売りできるような商品ではないということである。ということは顧客層もある程度絞られているとあってよい。その中で需要が伸び続けているということは、比較的高い購買力をもつ消費者の間で支持を得ているといえる。価格面の比較ということで京都中央卸売市場に出荷された全ての京都産の葱と、ブランド認証された九条葱の単価を比較してみると図7のようになる。価格の上下の傾向は似ているものの、価格水準にははっきりとした格差がみられる。kgあたり270円から390円ほどの差がある。京都府がブランド事業に取り組み始めて間もない1991年時点でのブランド九条葱と、京都中央卸売市場で扱われた葱全体のkgあたり単価を比較してみると、前者が333.4円、後者が450円となっており、この時点ではブランド九条葱はその品質が価格にそれほど反映されていない²³。同じものを1997年時点で比較してみると、ブランド九条葱は785.3円、京都中央卸売市場で扱われる葱全体に関しては486円となっており、大きな価格差が形成されている。品質の良さが市場に認知された結果だと考えることができよう。そして、図7が示すようにその後は価格差が維持されていることから、京都府の認定するブランド九条葱としてのブランドイメージが名実ともに確立されたといえる。

以上のように取扱量が増加していること、一般の葱や青葱に比べて高価格水準が維持されていることから、京都府のすすめるブランド事業は現時点では成功しているといえる。京都府農林水産ブランド対策係の方もそういう認識をされていた。懸念材料としては、他府県で生産された九条葱の流入によって九条葱全体のブランドイメージが低下してしまうということが指摘されている。これに加えて、伸びていく需要に対して対応できるだけの生産体制がとれるかどうかという問題もあるのではないだろうか。先に述べたような厳しい産地指定や指導のもとに生産されているものであるから、簡単には生産量の増加にはつなげられないだろう。量の増加を優先して質の低下を招いてしまえば本末転倒になってしまう。ブランド九条葱としての品質を

確保し、できるだけ生産能力のある農家をいかに増やすか、府や協会の生産農家との地道な話し合いやPR活動に期待したい。

（3）市場を流れない葱

ここでは京都の葱生産農家が葱を出荷する第3のルート、葱問屋を介する流通についてみてみることにする。

葱問屋が正確にいつから存在するのかは確認すべき資料がない。だがこのような単一の野菜に特化した流通業者というのは京都特有のものである。京都はかつて日本の首都であり一大消費地であったため、野菜の販売は古くから行われていた。古くは平安時代の野菜の売り歩きに始まり、天正年間（1573～1591）には問屋町、不動堂、中堂寺の3つの野菜の常設市場が設けられていたという²⁴。江戸時代の記録『よう州府志』（1684年）によれば、「四方より携え来るもの買いてこれにおるを会屋という。会屋は日本紀の神会の会より出るものなり。今誤りて問の字となす。その聚居する所を市という。絹綿の類は室町及び西陣にあり。野菜の類は五条橋の東南にあり。凡そ正月二日より十二月晦日に至り、朝暮二時商賈群集し、すべて市と称す。」とある。五条橋に東南にあったのが先にあげた問屋町の市場である。各地から集まったものを置いておくのが問屋で、問屋が集まっているところが市だ、ということである。この頃の市場において野菜を持ち込むのは農家だけではなく、既に仲買人や農家から買い取って持ち込んでいたという。果実を収穫する「きゅうり」や「なす」や「かぼちゃ」などは農家が直接持ち込み、大根や葱などで根元から抜き取るものは仲買人が買い取って市場へ出すことが多かったようである²⁵。このように京都においては、野菜の流通の歴史のなかで仲買人は古くから登場していた。そうして力をつけてきた仲買人が大正時代に始まる卸売市場制度に組み込まれず、そのまま残ったのが葱問屋の原型なのではないか。

現在葱問屋は京都市内に約10軒ほどである。バブル期には40軒を数えたいが、不況と共に倒産、廃業、系列化がすすみ、大きいものが5軒、中小規模のものが5軒ほどになってしまった²⁶。

葱問屋の基本的な役割は小売店と生産農家の間の流通であり、生産された葱は葱問屋を通すだけで小売店に届けられる。流通の仕組みは非常にシンプルである。具体的には、まず自分が必要とする量を畑単位で農家の人から買いあげる。そして農家が生産した葱を葱問屋自身が収穫するか、農家に運んでもらうかして、自宅もしくは作業場で加工、包装を行う。包装された葱をスーパー、百貨店、商店街などの個人経営の八百屋、外食産業などに出荷するのである。出荷先についてはバランスをとって調整している。好況時には外食産業が伸びるのでそちらへの出荷量を増やしたり、不況時

には百貨店やスーパーでの需要が増えるのでそちらへ、といった具合である。

取り扱う葱は京都産の九条葱のみである。葱問屋はそれぞれが完全な個人経営であり、組合のようなものは存在しないため葱問屋全体で取り扱う量や価格については全くわからない。ただし、取扱量に関しては卸売業者と葱問屋からのヒアリングによれば、どちらも卸売市場で扱われる京都産の葱よりは多くの葱が葱問屋の手を経て流通しているだろうということだった。価格に関しては小売店での価格を見てみるとヒアリングをした葱問屋の葱の方が若干安いようだった。

葱問屋は生産農家と小売店の双方と深く関わっている。小売店と深く関わることで消費者の動向を素早く掴むことができる。そして生産サイドともつながっていることで、その情報に沿ってよく売れると推測されるような葱の生産を行うように生産農家に働きかけることもできる。最近の例では、数年前からこの葱問屋や九条葱を袋に詰めるのに適した九条葱の生産を農家に提案して、そういう品種の葱を作ってもらおうようにしたそうである。このような情報のフィードバックが素早く行われる点に市場流通にはない強みがあるといえる。市場に出荷している生産農家が小売店の情報を得るまでにはいくつもの流通段階を経ねばならず、時間がかかる。

また、生産者サイドとのつながりをもつことによって収量、栽培品種などを葱問屋が把握することができる。これによって、無理のない販売計画をたてるのが可能となり、欠品や供給過剰の危険性をできるだけ減らすことができる。これは取引先の小売店との信頼関係を築くうえで非常に大切なことである。卸売市場を通じた流通制度と比較してみると強みなのはやはりこの生産者、小売店とのつながりだと思う。

今日では野菜の小売も大規模なスーパーの比重が増加してきている。大規模な量と統一された規格の葱を必要とするスーパーの発注に欠品なく応えるためにはしっかりした生産体制と管理体制が必要である。安定した出荷量と良い品質を保つことで、取引先との信頼関係を築き、自分のところの葱が良いものだと思ってもらえることが重要であるということだった。しっかりした品質と企画の葱を安定して出荷することで取引先や消費者の信頼を勝ち取る、そして安定した価格と収益を目指す。これは前節でとりあげたブランド九条葱の事業に近い姿勢ではないか。

卸売市場は大規模化する小売店の需要に対応しきれない部分はある。スーパーや外食産業の需要の全てを卸売市場を通してまかなおうとするのは、常に価格や量の面で不安定性がつきまとう。そのために川下産業の大規模化に伴って、小売店側が産地に直接働きかけて食材を調達する動きがみられる。京都の葱問屋は卸売市場とその動きの中間の形態ということができ、京

都では昔ながらの存在であるが、現在の「デフレ」不況の中で競争を勝ちとるための有効な戦略の一つを提案している存在のように思える。

また、食品の安全性が疑われている今日、生産者、流通業者、小売業者の全てが安全に対する責任を負うべきである。市場での取引によって3者のつながりが途切れてしまう卸売市場システムよりはこの葱問屋式の仕組みは安全性の面では責任が明確化されるという点で優れているのではないか。

しかし、このシステムは京都の独自性を示すと同時に、京都のような限られた条件の下でしか成り立たないシステムなのではないかという疑問もある。日本全国で一般的に行われるには無理があるのでは、ということである。確かに葱問屋のような単一品目に特化した流通業者というのは京都以外の土地ではみられないそうである。葱問屋の流通システムがどのような条件の下で成り立っているのか考えてみると、生産地から市場までの距離の短さが挙げられる。青葱の場合であれば京都市が最大の生産地であり、先にみた『全国農産物生産出荷統計』の京都府の生産量の約半分が京都市で生産されている。先にあげた全国的な葱の大産地と比べても、人口100万人を超える大都市の卸売市場にこれほど近い生産地は他にみられない。この大市場への距離の短さによって流通コストが低く抑えられ、他地域にはみられない独特の流通形態を生んだものと思われる。

また京都は歴史的にみても長い間大都市であり続けたために、他の生産地に比べて野菜生産も長い歴史をもち、大正時代に入ってから卸売市場システムが整備される以前に、卸売市場システムとは別の流通システムが存在していたのである。先に挙げた江戸時代の記録からもそのことはうかがえるし、京都中央卸売市場への生産農家の個人出荷の割合の高さからもわかる。JAなどによる委託集荷の割合は低下傾向にあるものの、野菜一般の全国的な水準ではまだ7割ほどであるのに対して、京都産の葱はその9割が個人出荷である。この点にも先に述べた市場との距離の短さが大きく関係している。個人出荷の割合が高いということは葱問屋が生産農家と出荷契約を結ぶ余地が残されているということになる。JAなどによる集団出荷体制が整っている地域に比べれば、葱問屋にとっては活動しやすい地域なのではないか。

以上のことから、葱問屋のような流通システムが普遍的に成り立つかどうかは市場までの距離の短縮と、生産農家との交渉によると思われる。後者は予測できないが、前者については輸送技術の発達次第で可能性はあるのではないか。

おわりに

最後に、これまで述べてきたことをまとめた上で、私の考えた点を整理して示しておきたい。

葱の流通の過程によって3つに分類することができると思う。第2章で述べた卸売市場を流れる一般の葱、それからブランド認定された九条葱のように何らかの特別な付加価値を意図的に与えられた葱、そして第3章でとりあげた中国から輸入されてくる葱である。かつて高度経済成長期からバブル期に至るまでは、圧倒的な大部分は1番目の種類の葱だったと考えられる。全国には昔からの有名な産地には名の通った葱があったが、人為的にブランド認定された九条葱や博多万能葱のようなものはまだ登場していなかった。そして葱の輸入が本格的になったのは1996、97年ごろからである。この新たな種類の葱の登場によって、葱は厳しい競争のなかで取引される商品になってしまった。そしてこの構図、卸売市場の中を昔ながらに流される葱、何らかの特別な価値を与えられた葱、コスト面での競争力を武器に伸びてきている輸入葱、この3者の争いは葱だけでなく他の野菜や果物などにもいえる状況なのではないだろうか。葱の持つそのような象徴的な意味合いが私がこの卒業論文の対象に選んだもう一つの理由でもある。

かつて、来るべき高度経済成長期に国民に公正かつ効率的に食料が供給されるためのシステムとして作り上げられた卸売市場システム。公正な価格決定や効率的な集出荷の仕組みなど、卸売市場の優れた点は多い。しかし、時代が進むにつれてそのシステムでは不便な点が表れてくるようになった。それを端的に示のが3章の終わりに述べたスーパーや外食産業の輸入ものの食材、葱を志向する動きや、産地への直接的な働きかけではないか。卸売市場だけでは小売店側の需要を満たすことはできなくなってしまったように思える。葱をめぐる様々な新しい動きは時代背景の変化に伴う必然的な変化であった。今後もこの激しい競争は続くだろうが、消費者の選択の幅が広がるという意味においては望ましい変化だったのだろう。

新しい動きが様々に起こる中で4章で掲げる葱問屋の役割は非常に示唆的なものだった。葱問屋自体は昔から京都にあるものだが、生産、小売の両側と深いつながりを持つ点、そして流通の過程で関わった人間がはっきりしているため、責任が明確化され、安全性の面で優れていることなど、卸売市場の足りないところを補うことのできる可能性があると思う。従って今後の野菜の流通体制は単一的な卸売市場体制から、様々な流通体制がお互いに補完しあう形へと多様化していくのではないかとと思われる。

1982年、127頁。

² 同上書、127頁。

³ 林義雄『京の野菜記』ナカニシヤ出版、1975年、73頁。

⁴ 抽だいとは茎の部分が急激に節間伸長することである。

⁵ 冬葱はその後の史料から太葱の、春葱は細葱の原型かと思われる。

⁶ 前掲『日本の野菜』126頁。

⁷ 日本施設園芸協会編『激増する輸入野菜と産地再編強化戦略』家の光協会、2001年、73頁。

⁸ 同上書、73頁。

⁹ 前掲『日本の野菜』129～130頁。

¹⁰ 前掲『京の野菜記』74～75頁。

¹¹ 2002年10月22日、京都青果合同株式会社京野菜部、松本雄治課長からのヒアリングによる。

¹² 前掲『日本の野菜』128頁。

¹³ 2002年10月28日、京のふるさと産品価格流通安定協会、ブランド対策部企画調査課長、藤原満弘氏からのヒアリングによる。

¹⁴ 冷凍したもの、生鮮ものの合計値。

¹⁵ 前掲『激増する輸入野菜と産地再編強化戦略』80頁。

¹⁶ 秋谷重男/食品流通協会〔編〕『卸売市場に未来はあるか』日本経済新聞社、1996年、91～94頁。

¹⁷ 陳永福『野菜貿易の拡大と食料供給力』農林統計協会、2001年、30～31頁。

¹⁸ 前掲『卸売市場に未来はあるか』91～94頁。

¹⁹ 宇治市場の取扱量については『平成13年京都府青果物卸売市場年報』を参照。

²⁰ 京都府農林水産部資料より。

²¹ 同上資料より。

²² フィリップ・コトラー『コトラーのマーケティング入門』ピアソン・エデュケーション、1999年、736頁。

²³ 1991年の京都市中央卸売市場市場年報は参照できなかったので、京都府卸売市場調査を参照した。そのため青葱、白葱の分類はなされていない。

²⁴ 問屋町は五条大橋東詰の辺り、中堂寺は壬生の辺り、不動堂は油小路七条の南、現在の京都駅付近。注も含めて前掲『京の野菜記』33～34頁。

²⁵ 同上書、35頁。

²⁶ 2002年10月26日、葱問屋「葱常」高田英樹氏からのヒアリングによる。

（2002年京都大学経済学部経済学科卒業論文）

¹ 青葉高『日本の野菜 果菜類・ネギ類』八坂書房、